

**AS CENTRALIDADES E OS NOVOS ESPAÇOS DE CONSUMO  
EM UMA CIDADE MÉDIA AMAZÔNICA: hipermercado e  
supermercados em Marabá-PA**

**THE CENTRALITIES AND THE NEW CONSUMPTION SPACES IN AN  
AVERAGE AMAZON CITY: hypermarket and supermarkets in Marabá-PA**

**LAS CENTRALIDADES Y LOS NUEVOS ESPACIOS DE CONSUMO EN UNA  
CIUDAD MEDIA DE AMAZON: hipermercado y supermercados en Marabá-PA**

**Magno Ricardo Silva de Carvalho**

Licenciado e Bacharel em Geografia pela Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará – UNIFESSPA. Mestrando em Geografia pela Universidade Federal do Ceará – UFC. Integra a equipe do Laboratório de Planejamento Urbano e Regional (LAPUR) da UFC. Bolsista CAPES.  
magno.ricardo9@gmail.com / <http://orcid.org/0000-0001-6705-8512>

**Recebido para avaliação em 09/07/2019; Aceito para publicação em 16/08/2019.**

**RESUMO**

O principal objetivo do texto é colocar para o debate a condição dessa cidade amazônica como possuidora de distintas expressões de centralidade, bem como visualizar algumas mudanças no espaço urbano concernente ao comércio e, conseqüentemente, às próprias centralidades. O percurso metodológico aqui adotado consistiu em uma revisão bibliográfica acerca dos temas e processos selecionados para análise, através de autores como Sposito (1998, 2012), Sposito e Sposito (2017), Villaça (2001), Oliveira Júnior (2010, 2011), Silva (2003), Pereira (2013), Souza et al. (2013, 2014), Souza (2015), Becker (1990), Trindade Júnior et al. (2010), entre outros. Foram, ainda, utilizados recursos cartográficos no intuito de melhor visualizar e compreender as transformações espaciais. Foi possível compreender que a cidade de Marabá se apresenta enquanto multicêntrica desde outros momentos de sua história, e que isso está diretamente relacionado com o fato de ser esta também multinucleada, e que essa morfologia urbana, com núcleos distintos e descontínuos, também não é atribuída a processos recentes. Também foi possível visualizar algumas mudanças que julgamos importantes para uma leitura das centralidades no espaço da cidade, no que tange ao setor supermercadista, como o fato de, atualmente, a maioria dessas superfícies comerciais estarem às margens da rodovia, principalmente da Rodovia Transamazônica, e não nas “antigas” áreas centrais ou comerciais da cidade, além de uma significativa mudança no que concerne a origem do capital, onde percebe-se uma substituição de grandes lojas de grupos locais por outras de capital regional, nacional e até internacional.

**Palavras-chave:** Marabá; Espaços de Consumo; Centralidades; Supermercados.

**ABSTRACT**

The main objective of the text is to debate the condition of this Amazonian city as having distinct expressions of centrality, as well as to visualize some changes in the urban space in relation to commerce and, consequently, to the centralities themselves. The methodological approach adopted here consisted of a literature review about the themes and processes selected for analysis, through authors such as Sposito (1998, 2012), Sposito e Sposito (2017), Villaça (2001), Oliveira Júnior (2010, 2011), Silva (2003), Pereira (2013), Souza et al. (2013, 2014), Souza (2015), Becker (1990), Trindade Júnior et al. (2010), among others. Cartographic resources were also used to better visualize and understand spatial transformations. We have come to the conclusion that the city of

Marabá has been a multicenter for a long time in its history, and that this is directly related to the fact that it is also multinucleated, and that this urban morphology with distinct and discontinuous nuclei is not attributed to recent processes either. It was also possible to visualize some changes that we consider important for a reading of the centralities in the city space, with regard to the supermarket sector, such as the fact that, today, most of these commercial surfaces being on the banks of the highway, mainly from the Transamazon Highway, and not in the “old” central or commercial areas of the city, in addition to a significant change in the origin of capital, where there is a substitution of large stores of local groups for those of regional, national and even international capital.

**Keywords:** Marabá; Consumption Spaces; Centralities; Supermarkets.

### RESUMEN

El principal objetivo del texto es poner al debate la condición de este espacio urbano de la Amazonia como una ciudad que tiene diferentes expresiones de centralidad, bien como ver algunos cambios en el espacio urbano concerniente al comercio y en consecuencia, a las propias centralidades. El curso metodológico adoptado aquí consistió en una revisión bibliográfica acerca de los temas y procesos elegidos para análisis, utilizando autores como Sposito (1998, 2012), Sposito y Sposito (2017), Villaça (2001), Oliveira Júnior (2010, 2011), Silva (2003), Pereira (2013), Souza et al. (2013, 2014), Souza (2015), Becker (1990), Trindade Jr. et al. (2010), entre otros. Fueron, todavía, utilizados recursos cartográficos con el fin de mejor visualizar y entender las transformaciones espaciales. Se pudo entender que la ciudad de Marabá se presenta como ciudad multicéntrica de otros momentos de su historia, y que esta multiplicidad de expresiones de centralidad está directamente relacionada con el hecho de esta ser también multinucleada, y que esta morfología urbana, con núcleos distintos y discontinuos, no es atribuida a procesos recientes. También fue posible ver algunos cambios que juzgamos importante para una lectura de las centralidades en el espacio de la ciudad, en lo que concierne al sector de supermercados, como el hecho de, actualmente, la mayoría de estas superficies comerciales estar en los márgenes de la carretera, principalmente de la carretera Transamazônica, e no en el “viejos centros” de la ciudad, además de un significativo cambio en lo que concierne al origen del capital, donde se percibe una sustitución de grandes tiendas de grupos locales por otras de capital regional, nacional e incluso internacional.

**Palabras clave:** Marabá; Espacios de Consumo; Centralidades; Supermercados.

---

### CONSIDERAÇÕES INICIAIS

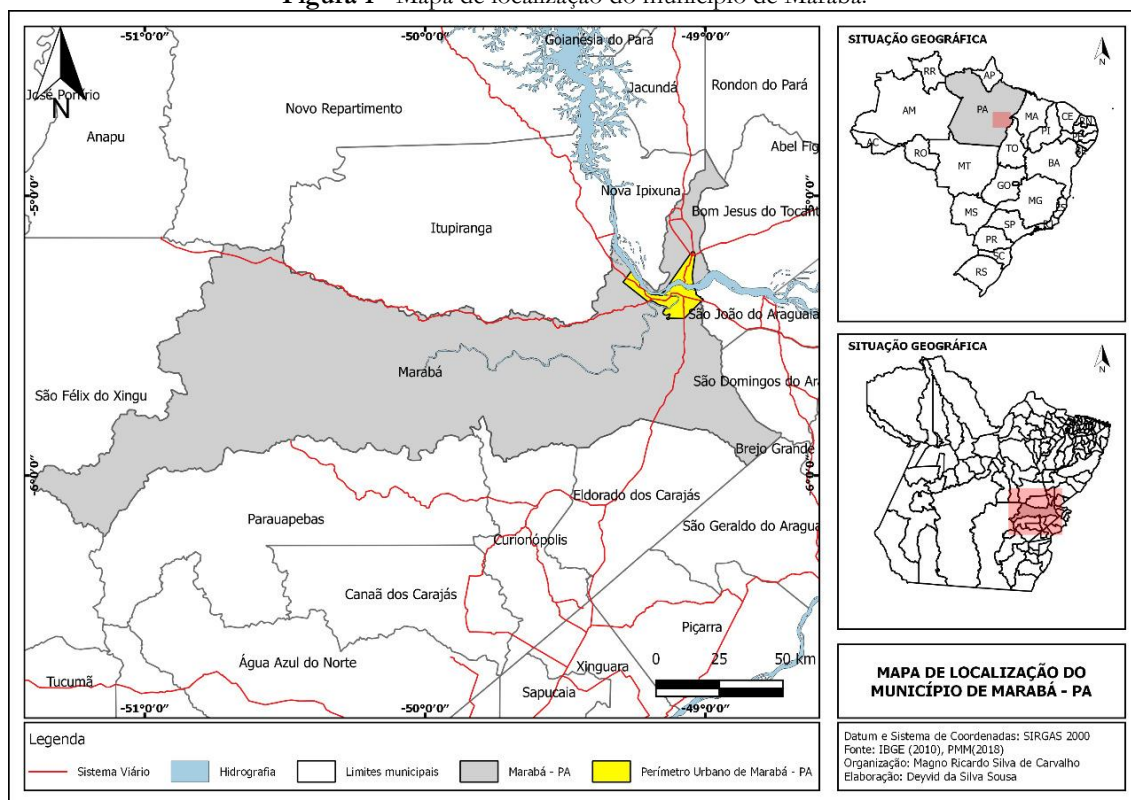
Até pouco tempo as grandes empresas comerciais, principalmente os hipermercados e supermercados, atuavam em espaços metropolitanos nacionais e regionais e nas grandes cidades. No entanto, esses grupos vêm, cada vez mais, buscando os mercados das cidades médias (SPOSITO; SPOSITO, 2017). Após instalados, tais empreendimentos conseguem induzir novos padrões de consumo e causam alterações no espaço das cidades (COUTO, 2011).

Aqui nos interessa as alterações causadas no espaço urbano, especialmente às centralidades. Isso porque o intuito deste trabalho é, basicamente, refletir sobre a implantação deste tipo de empreendimento em uma cidade média amazônica e as alterações no espaço causadas às centralidades na escala da cidade.

A centralidade urbana pode ser abordada em duas escalas: a intraurbana e a da rede urbana, sendo que a primeira trata do “território da cidade ou da aglomeração urbana, a partir de seu centro ou centros. No segundo nível, a análise toma como referência a cidade ou aglomeração urbana principal em relação ao conjunto de cidades de uma rede [...]” (SPOSITO, 1998, p. 27).

Marabá, como pode ser observado na Figura 1, fica localizada no sudeste do estado do Pará. Consideramos bastante relevante compreender as centralidades no espaço intraurbano dessa cidade no que tange ao comércio, suas dinâmicas e suas modificações nos últimos anos, considerando a implantação de novos espaços de consumo, principalmente shoppings centers, hipermercados e supermercados como desencadeadores destes processos<sup>1</sup>.

Figura 1 - Mapa de localização do município de Marabá.



Organização: CARVALHO, M.R.S. Elaboração: SOUSA, D.S. (2019).

Villaça (2001), ao distinguir o espaço intraurbano do regional, nos ajuda a compreender a importância de se dedicar a devida atenção às centralidades, especialmente em se tratando de comércio e serviços:

<sup>1</sup> Trata-se do objetivo de um estudo maior: uma pesquisa de mestrado que vem sendo construída no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Ceará, sob a orientação da professora Dra. Iara Rafaela Gomes.

A distinção mais importante entre espaço intra-urbano e espaço regional deriva dos transportes e das comunicações. Quer no espaço intra-urbano, quer no regional, o deslocamento de matéria e do ser humano tem um poder estruturador bem maior do que o deslocamento da energia ou das informações. A estruturação do espaço regional é dominada pelo deslocamento das informações, da energia, do capital constante e das mercadorias em geral – eventualmente até da mercadoria força de trabalho. O espaço intra-urbano, ao contrário, é estruturado fundamentalmente pelas condições de deslocamento do ser humano, seja enquanto portador da mercadoria força de trabalho – como no deslocamento casa/trabalho -, seja enquanto consumidor – reprodução da força de trabalho, deslocamento casa-compras, casa-lazer, etc. (VILLAÇA, 2001, p. 20).

Ainda segundo o autor, é daí que deriva o “enorme poder estruturador das áreas comerciais e de serviços” (VILLAÇA, 2001, p. 20), pois estas áreas, as áreas comerciais, são as que exercem maior poder de centralidade no espaço intraurbano, pois somam os deslocamentos tanto dos trabalhadores, quanto dos consumidores. Portanto, alterações concernentes à localização das atividades terciárias implicam diretamente nas centralidades e estas, por sua vez, na estruturação da cidade.

Reforçamos, portanto, que o objetivo deste trabalho consiste em entender a formação da multicentralidade da cidade de Marabá, e dela com a implantação das grandes plataformas comerciais, sobretudo os supermercados. É válido ressaltar que aqui entendemos multicentralidade quando “mais de um centro ou a emergência de vários subcentros passam a organizar a vida cotidiana, em suas múltiplas facetas” (SPOSITO, 2012, p. 56). Ainda segundo Sposito (2012), há também a policentralidade, onde:

Trata-se, agora, de novas formas de produção do espaço urbano, que não resultam apenas da acumulação desigual, no espaço, de múltiplas iniciativas e práticas que confluem para a conformação, alteração, itinerância ou refundação da centralidade, como resultado do tempo social. Estamos falando de centralidades planejadas, resultantes principalmente da ação de incorporadores e proprietários de terras, como atos pensados muito antes que sejam vividos, como vetores que incidem sobre a cidade, gerando a separação. Assim, esse movimento que redefine a centralidade, em termos de localização de novas áreas centrais (muitas vezes periféricas), e sobretudo em termos de conteúdo social e econômico, não pode ser conceituado apenas como multicentralidade (fiel ao radical latino multi, que significa muitos), mas tem que ser entendido como policentralidade (atinentes ao prefixo grego poli, cujo significado, vários, denota o sentido de diversidade), sendo que uma tendência sempre se combina à outra, mesmo que contraditoriamente, fazendo surgir uma multi(poli)centralidade (SPOSITO, 2012, p. 56).

O percurso metodológico deste trabalho consistiu em revisão bibliográfica quanto aos temas de interesse, bem como de textos de autores que versaram sobre Marabá, de maneira geral e, em especial, sobre suas centralidades, como Trindade Jr. et al. (2010) e Souza et al. (2014). As leituras do plano diretor participativo e suas revisões foram fundamentais. Foram ainda utilizados recursos imagéticos, em sua maioria cartográficos.

## MULTICENTRALIDADE E COMÉRCIO EM UMA CIDADE MÉDIA MULTINUCLEADA

Até os anos 1960, o espaço urbano de Marabá consistia apenas no que atualmente é chamado de Núcleo Pioneiro ou Velha Marabá. Na década seguinte, a cidade, assim como a região, passou por uma intensa reestruturação.

Com o advento das redes tecno-políticas (rede rodoviária, rede de transporte, redes elétricas, redes de comunicações, rede urbana) (BECKER, 1982; 1991), a partir da década de 1970, provenientes de intensos investimentos governamentais, o avanço do capital financeiro e industrial, bem como de outras frentes de expansão atreladas ou não a atividades econômicas como a pecuária, a extração madeireira, a agricultura camponesa etc. (HÉBETTE, 2004), contribuiu para uma nova configuração de Marabá cujas marcas se fizeram presentes notadamente na sua paisagem urbana, quando então novos núcleos, além da Velha Marabá, onde se originou a cidade, passaram a constituir a estrutura da cidade (TRINDADE JR. et al., 2010, p.19):

Sob o discurso de que abrigaria os moradores do núcleo pioneiro, que padeciam com as cheias, foi pensado pela Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM) e planejado pelo Serviço Federal de Habitação e Urbanismo (SERFHAU), um novo núcleo urbano denominado “Nova Marabá”. Este novo espaço tinha como um de seus principais propósitos servir ao Estado como base para os grandes empreendimentos, além de atender o contingente populacional que chegava à cidade. O novo núcleo foi criado em 1975, e cresceu, sobretudo, a partir de ocupações, principalmente na década seguinte (SOUZA, 2015).

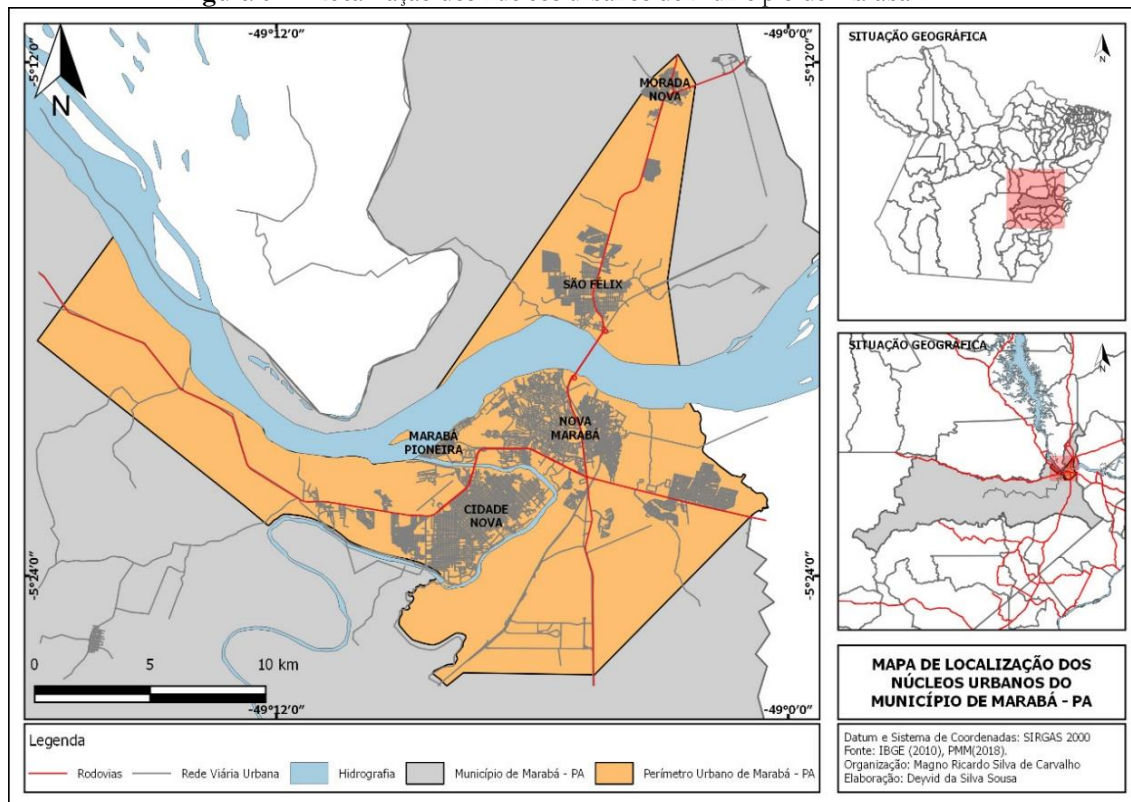
A reestruturação mencionada não implicou apenas na criação do núcleo Nova Marabá, pois, no mesmo período, surgia e se consolidava o núcleo urbano Cidade Nova, tendo, também, a ação estatal como um dos motivadores para a ocupação:

A constituição do Núcleo Integrado Cidade Nova [...] está relacionado inicialmente ao processo de expansão espontânea da cidade de Marabá, devido ao intenso fluxo migratório que se estabeleceu dos núcleos urbanos planejados (agrovilas, agrópolis) em direção à Marabá, diante do fracasso da política de colonização oficial empreendida pelo governo federal via INCRA, ao longo da Rodovia Transamazônica, na sub-região do Sudeste Paraense. Diante da crescente expansão que este núcleo de ocupação espontânea apresentou, bem como, em razão do intenso aumento das demandas e reivindicações sociais dos moradores deste espaço de expansão, o Núcleo Urbano Cidade Nova foi inserido no perímetro urbano da sede do Município, através da Lei nº 742, de 15 de dezembro de 1976 (IDESP, 1977). Configurava-se, assim, a cidade tripartite de que nos fala Becker (1990a), com três núcleos bem definidos e descontínuos, ainda que compondo uma só unidade urbana: a Velha Marabá ou Marabá Pioneira, a Nova Marabá e a Cidade Nova (TRINDADE JR. et al., 2010, p. 20).



Para além da cidade tripartite, de que fala Becker (1990), Marabá é, atualmente, formada também por mais dois núcleos secundários<sup>2</sup>, como podemos ver no mapa, Figura 2 a seguir:

Figura 02 – Localização dos núcleos urbanos do município de Marabá-PA



Organização: CARVALHO, M.R.S. Elaboração: SOUSA, D.S. (2019).

Consequente à sua morfologia multinucleada, Marabá também se apresenta enquanto uma cidade multicêntrica. Diferentes expressões de centralidade se mostram em sítios distintos da cidade. Sua natureza de cidade média multinucleada é reforçada pela forma como as atividades de comércio e serviços se organizam nos núcleos principais e secundários (TRINDADE JÚNIOR et al., 2010). Isso porque:

O crescimento urbano de Marabá provocou o aumento da distância entre a principal área comercial da cidade, localizada no núcleo Marabá Pioneira, e a população residente nos novos núcleos urbanos, elevando desse modo os gastos com transportes e o tempo necessário para se ter acesso ao consumo de bens e serviços, o que acabou levando ao surgimento em Marabá do processo de descentralização das atividades comerciais e de serviços, que paulatinamente deixam de se concentrar unicamente no núcleo original da cidade, Marabá Pioneira, e começam a se reunir também nos novos núcleos de ocupação urbana (SOUZA et al., 2014, p. 02-03).

<sup>2</sup> O São Félix, na margem direita do Rio Tocantins e Morada Nova, a doze quilômetros da Nova Marabá.

O relatório técnico da Revisão do Plano Diretor Participativo de Marabá reforça as afirmações de Trindade Jr. et al. (2010) e Souza et al. (2014), quando fala que

A construção da rodovia Transamazônica e o desenvolvimento dos núcleos Cidade Nova e Nova Marabá (que passaram a concentrar a parcela majoritária da população a partir da década 1980) promoveram o deslocamento de atividades comerciais [...] e o posterior deslocamento das atividades de gestão pública. [...] A partir da década de 1980 inicia-se um processo de constituição de duas áreas comerciais, a primeira localizada na Cidade Nova (nas imediações do Aeroporto) e uma segunda, na Nova Marabá (PMM, 2011, p. 146).

Consideramos, no entanto, mais adequado tratar de expansão das atividades comerciais, já que a Velha Marabá não perde a sua importância comercial, sendo muitas vezes reconhecida como “o centro” da cidade, não só por ser a cidade histórica, mas também por concentrar, ainda hoje, considerável comércio. Outra observação é que quando a Prefeitura Municipal de Marabá (PMM, 2011) fala da constituição, nos anos 1980, de área comercial na Nova Marabá, o documento refere-se à Avenida VP<sup>3</sup> e à Rodovia Transamazônica.

No entanto, mesmo próximas e se apresentando enquanto áreas comerciais, as duas vias se distinguem, até então, por seu conteúdo. Trindade Jr. et al. (2010, p. 148-149) nos explicam que:

Na Nova Marabá, existem dois pontos principais com intensa presença de comércio e de serviços: o entroncamento do Km 6 (ponto em que as rodovias Transamazônica e PA-150 se encontram) e a região ao longo da Avenida VP-08, Folhas 27, 31 e 32, além da feira da Folha 28. No primeiro, localizam-se o terminal rodoviário administrado pela prefeitura municipal, onde o maior movimento é de micro-ônibus e vans (conhecido como rodoviária do Km 6) e a feira Miguel Pernambuco, as principais concessionárias de veículos, notadamente aquelas voltadas para o comércio de veículos pesados (caminhões e tratores), hotéis de baixo padrão, postos de gasolina (onde são contratadas empresas de transporte rodoviário), hospital regional (com serviços médicos de média e alta complexidade, tais como cardiologia, neurocirurgia, ortopedia, fonoaudiologia, fisioterapia etc.), lojas de autopeças e oficinas mecânicas. No segundo ponto, encontra-se um comércio direcionado não apenas às demandas locais, mas também regionais, com destaque para as concessionárias de veículos, assim como um comércio varejista, principalmente com redes de supermercados [...] e feira [...].

Em síntese, as áreas comerciais diferenciam-se, até então, porque na Avenida VP8 o comércio é voltado para o intraurbano e, em parte, ao regional, enquanto na rodovia BR-230, a Transamazônica, bem como na PA-150<sup>4</sup>, o comércio é voltado para atender as

<sup>3</sup> O núcleo Nova Marabá foi pensado com um traçado urbano um tanto quanto insólito, inspirado em uma castanheira, onde as vias principais, as VP'S representavam tronco e galhos, e as “folhas” consistiam em pequenas subdivisões ou bairros menores dentro do núcleo maior.

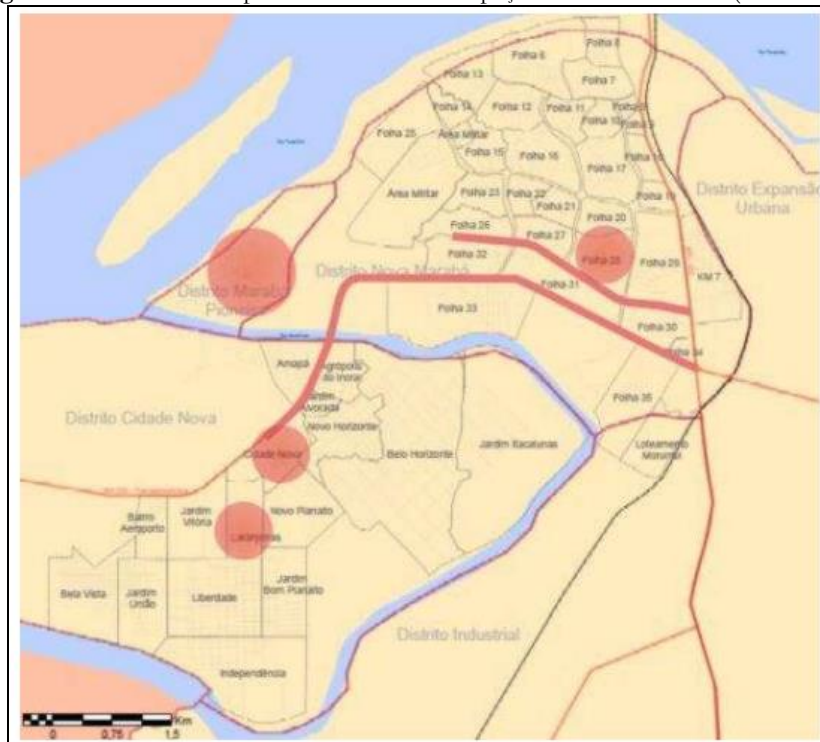
<sup>4</sup> Atualmente trecho anexado à BR-222.

demandas dos fluxos rodoviários, do espaço agrário, regional e para o estabelecimento das conexões com a escala nacional.

No núcleo Cidade Nova, as áreas de comércio também apresentam proximidade com a rodovia, onde “as atividades terciárias presentes no núcleo urbano da Cidade Nova estão concentradas na Avenida Nagib Mutran, que representa o principal corredor entre a Cidade Nova e a Rodovia Transamazônica” (SOUZA et al., 2014, p. 18).

No referido núcleo, também apresentam considerável concentração comercial, principalmente por conta da Feira das Laranjeiras, as avenidas Boa Esperança e Antônio Vilhena, nos bairros Laranjeiras e Liberdade, respectivamente. Tal comércio chega a aparecer na Revisão do Plano Diretor (PMM, 2011), como uma das “centralidades polares” de Marabá. Isso porque o documento compreende as centralidades de Marabá discriminadas em dois grupos, as polares e as lineares, como pode ser observado na Figura 3. As lineares seriam a rodovia Transamazônica (nos núcleos Nova Marabá e Cidade Nova) e a Avenida VP8, na Nova Marabá. As polares seriam, além da área comercial dos bairros Laranjeiras e Liberdade, supracitadas, e da Avenida Nagib Mutran e seu entorno, a folha 28 na Nova Marabá e considerável parte do núcleo pioneiro, sobretudo, a Avenida Antônio Maia e adjacências, e a orla Sebastião Miranda, que concentra um comércio noturno, composto por bares e restaurantes, em sua maioria.

Figura 3 – Centralidades polares e lineares no espaço urbano de Marabá (PMM 2011)



Fonte: PMM (2011).



Apesar de se apresentar como importante centralidade linear, a rodovia Transamazônica, assim como a BR-222, exerce uma reduzida centralidade sobre o cidadão no que tange às atividades de comércio, sobretudo quanto ao circuito superior. Isso porque o comércio nos espaços rodoviários na cidade, como já explicado, era muito mais voltado para o entorno de Marabá, o espaço regional e, especialmente, o espaço agrário e também para o papel da rodovia e de Marabá de centro regional, com distribuidoras, concessionárias de veículos, rodoviárias e aeroporto.

No entanto, em 2010 houve anúncios da implantação de dois shoppings centers, um supermercado e hotéis nas margens da Transamazônica. No ano seguinte, houve uma reestruturação da via no espaço urbano, com duplicação, construção de marginais, viadutos, melhor iluminação, entre outras melhorias. Sob tais influências, consta na revisão do plano diretor:

A progressiva valorização imobiliária do entorno da Transamazônica e a permanência de vazios urbanos na área indicam a possibilidade de expansão de empreendimentos imobiliários e comerciais ligados ao alto circuito da economia, provocando a ampliação do caráter concentrador das atividades típicas de áreas centrais na região e o agravamento da segregação socioespacial na cidade (PMM, 2011, p. 154).

Até o ano de 2012, quando houve a instalação da primeira grande superfície comercial na rodovia Transamazônica, os supermercados eram exclusivamente no interior dos núcleos, nas principais centralidades ou em subcentros. Para dar início à nossa discussão acerca das mudanças no comércio em Marabá e refletir sobre as possíveis alterações nas centralidades, a partir da implantação de novos fixos comerciais, faremos um comparativo entre as localizações dos principais espaços de compra do circuito superior, em um intervalo de dez anos, em 2009 e 2019, antes e depois da inauguração das novas plataformas.

Dados da Associação Comercial e Industrial de Marabá (ACIM) mostram que em 2010, em Marabá, haviam 29 supermercados. Silva (2003), ao dissertar sobre as grandes superfícies comerciais, recorre a duas definições de supermercado, segundo ele, complementares, pois enquanto uma refere-se à natureza da forma e sua função, a outra ressalta a estrutura.

De acordo com Pintaldi (1981, p. 50-51), “os supermercados são superfícies comerciais que concentram territorialmente e financeiramente o capital, possibilitando às pessoas encontrarem, num mesmo local, um grande conjunto de mercadorias [...], não sendo necessário ir a vários pontos da cidade”. A segunda definição é a de Pellegrini (2000),

na qual este autor afirma que os supermercados são espaços de venda de autosserviço, onde prevalecem os produtos alimentícios, com superfície física entre 400 e 2.500 m<sup>2</sup>.

Partindo desse entendimento, compreendemos que no referido período, a cidade apresentava cinco grandes superfícies comerciais que podem ser consideradas enquanto supermercados, como pode ser observado na Figura 4. Sendo elas, na Nova Marabá o Supermercado Guerra, na folha 16<sup>5</sup>, o Supermercado Dular, na folha 21, uma loja da Rede Valor de Supermercados, na folha 27, às margens da avenida VP8. Também havia uma loja da rede Alvorada na principal avenida de cada um dos dois outros núcleos, na Av. Antônio Maia (núcleo pioneiro), e na Av. Nagib Mutran (núcleo Cidade Nova).

Figura 4 – Localização dos supermercados em Marabá-PA no ano de 2009



Organização: CARVALHO, M.R.S. Elaboração: SOUSA, D.S. (2019).

Em 2019, as grandes superfícies comerciais, em sua maioria, apresentam não apenas outros endereços, mas também outras características. A Figura 5 auxilia na visualização do fenômeno urbano-espacial aqui evidenciado.

<sup>5</sup> A rede Guerra, nesse contexto, possuía algumas lojas na cidade, mas apenas essa de grande porte.



Figura 5 – Localização dos supermercados em Marabá-PA no ano de 2009



Organização: CARVALHO, M.R.S. Elaboração: SOUSA, D.S. (2019).

O que pode ser facilmente observado é a mudança de localização das principais superfícies comerciais na cidade. A seguir, traremos características dos novos estabelecimentos para que possamos compreender essa mudança, bem como outras que também serão melhor exploradas.

### As novas superfícies comerciais em Marabá: hipermercado e supermercados

Entre os anos 2012 e 2017, foram implantados em Marabá, por grupos de capital regional, nacional e internacional, além de um shopping center<sup>6</sup> e lojas de departamento, um hipermercado e quatro grandes supermercados, sendo três deles no formato atacarejo. Este por sua vez “mescla o atacado com o supermercado. Nesse tipo de estabelecimento o consumidor encontra produtos com um custo menor e têm ainda opções como açougue, confeitaria, verduras, frutas, entre outros” (BARBOSA; BEZERRA, 2017, p. 7).

São considerados hipermercados, “os estabelecimentos de autosserviço com diversificação de produtos tanto de base alimentar como não alimentar em uma superfície maior de 2.500 m<sup>2</sup> podendo alcançar até 15.000 m<sup>2</sup> de área de venda” (PELLEGRINI, 2000, p. 53).

<sup>6</sup> O Shopping Pátio Marabá é fruto de uma parceria do grupo local Leolar, com o nacional Dan Hebert.

Partindo desse entendimento, dentre as superfícies comerciais inauguradas em Marabá, no período supradito, consideramos apenas um como hipermercado: o empreendimento do Grupo Líder, paraense com origem em Belém. Isso porque é o único a apresentar uma expressiva variedade de produtos, tendo seu espaço dividido em diferentes ambientes ou lojas, como supermercado, loja de departamento, lanchonete, restaurante, padaria, açougue, loja de materiais de construção e decoração, ótica e farmácia. Criado nos anos 1970, o grupo possui 20 lojas no estado do Pará entre supermercados e hipermercados, além de farmácias, óticas, um shopping center na capital, o Castanheira Shopping, e outros empreendimentos (GRUPO LÍDER, 2019).

Também há destaque para a loja Colina Distribuidora e Varejo, pertencente à empresa, também paraense, Colina Distribuidora de Alimentos. O foco do grupo de Benevides-PA é a venda no atacado e possui distribuidoras em diferentes cidades do Pará. Em Marabá, o grupo já tinha há alguns anos uma distribuidora, e observando que havia potencial para explorar o varejo, o fez, inaugurando no período supramencionado, uma grande loja atendendo aos dois públicos.

Outro grupo empresarial que merece destaque é o Grupo Mateus, que inaugurou na cidade duas grandes Lojas, o Mateus Supermercado e o Mix Mateus, que combina varejo e atacado. O grupo é originário do estado do Maranhão e é atualmente a sexta maior empresa de varejo alimentar do país. Atua em vinte cidades maranhenses, e já possui empreendimentos em 19 cidades paraenses. Ao todo, são 71 lojas no Maranhão e 31 no Pará, somados hipermercados, supermercados, atacarejos, atacado (o Armazém Mateus) e lojas de eletrodomésticos (GRUPO MATEUS, 2019).

A última das grandes superfícies comerciais a ser inaugurada em Marabá foi a loja Atacadão, do Grupo Carrefour. A rede de supermercados Atacadão surge no Paraná nos anos 1960 e foi um dos pioneiros no formato atacarejo no país. Em 2007, com 34 lojas em diversas cidades do país, foi comprado pelo grupo Francês Carrefour. Atualmente possui 121 lojas espalhadas em todas as unidades da federação (ATACADÃO, 2019).

Ressaltamos a origem dos grupos proprietários dos empreendimentos, por esta ser, para além da localização, uma significativa mudança no circuito superior da economia da cidade. Isso porque, até então, a maioria das grandes superfícies comerciais eram de grupos locais, a exceção do supermercado da Rede Valor. Atualmente, como pode ser observado na Figura 5, houve uma inversão, onde há apenas um supermercado de capital local.

Segundo Oliveira Jr. (2010, p. 89), houve um intenso processo de desconcentração de investimentos por parte dos grandes grupos, o que propiciou “a insurgência de novos

equipamentos e artefatos promulgados enquanto ícones e signos da modernidade e desenvolvimento [...] na escala intraurbana das cidades médias”.

As estratégias locacionais das empresas, segundo Sposito e Sposito (2017), são uma combinação de decisões que se estabelecem tanto na escala da rede urbana, quanto na intraurbana. Com relação à primeira,

As lógicas econômicas e espaciais das empresas têm, assim, a capacidade de reafirmar a hierarquia ou a posição que as cidades ocupam na rede urbana, não como tamanho demográfico, mas como combinação entre situação geográfica e nível de complexidade de seus papéis e funções (SPOSITO; SPOSITO, 2017, p. 467).

Sendo assim, a instalação desses empreendimentos em Marabá é compreendida não apenas por ser a cidade mais populosa da região, mas, principalmente, pela importância dela na rede urbana, pelo seu papel exercido na região enquanto cidade intermediária, onde a instalação dos empreendimentos vem reafirmar esse papel.

No âmbito da escala da cidade, buscando compreender a instalação destes supermercados nos eixos rodoviários e não nas “antigas” expressões de centralidade, recorremos a Silva (2003, p. 93), quando afirma que a localização das grandes superfícies comerciais dos grandes grupos, “depende de grande quantidade de movimentação do capital, isto é, devem atender a uma grande clientela e por isso, localizam-se nos maiores eixos de circulação”.

É, portanto, inviável tentar compreender as estratégias locacionais dos grupos sem, novamente, associar a importância desse centro urbano enquanto cidade média, haja vista que a localização dos estabelecimentos comerciais, às margens das rodovias é compreendida por serem, no intraurbano, os espaços com maiores quantidades de movimentação do capital, e por concentrarem os fluxos de Marabá e da região, do intraurbano e da rede urbana, da cidade e do campo.

As localizações explicam-se, portanto, pelo papel exercido na rede urbana – o de cidade média – mas, na escala da cidade, as lógicas e estratégias locacionais dos empreendimentos possuem o poder de causar mudanças na estrutura urbana, sobretudo redefinindo a centralidade “intra-urbana” e a morfologia (PEREIRA, 2013). Esses estabelecimentos possuem a capacidade de criar e manter fluxos que os fortalecem enquanto novas formas de expressar a centralidade no espaço urbano das cidades médias (OLIVEIRA JR., 2011).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS



Demonstrar e refletir acerca da mudança de localização e da origem das grandes superfícies comerciais em Marabá, bem como compreender a sua multicentralidade, é fundamental para, posteriormente, compreendermos as transformações ocorridas nas centralidades por conta da implantação destes artefatos. É válido lembrar que se trata de um shopping center, um hipermercado, além de supermercados e lojas, que foram inaugurados, em Marabá, a partir do ano de 2012. Aqui dissertamos especificamente sobre os supermercados e o hipermercado, mas temos por pretensão lançar o olhar, em nossas análises, também aos demais, sobretudo, ao shopping center.

Em suma, foi possível compreender que a cidade de Marabá se apresenta enquanto cidade multicêntrica desde outros momentos de sua história, e que esta multiplicidade de expressões de centralidade está relacionada com o fato de ser esta também multinucleada, e que essa morfologia urbana também não é atribuída a processos recentes, mas sim, para além da sua geomorfologia, a reestruturadas urbana, regional e da cidade ocorridas nos anos 1970, quando o Estado Brasileiro tinha por objetivo modernizar e conectar a região ao restante do país.

Como foi demonstrado, os principais espaços de compra na cidade estavam, até poucos anos, localizados em antigas expressões de centralidade e, atualmente, localizam-se nos eixos rodoviários. Isso nos leva a refletir acerca de como a importância regional de Marabá e seu papel de cidade intermediária na rede urbana influenciam no intraurbano, onde os grandes grupos compreendem ser mais interessante instalar seus artefatos nos espaços que melhor dialogam com o regional.

Relembrando Villaça (2001), podemos compreender a instalação das plataformas comerciais nas rodovias por estas, em contato mais direto e fluido com a rede urbana, usufruírem da estruturação regional, dominada pela fluidez das informações, capital e mercadorias, ao passo em que também usufruem da estrutura intraurbana, que favorece o deslocamento de pessoas tanto para trabalhar, quanto para consumir.

Uma significativa alteração no que tange às centralidades é a constatação, vide a Figura 5, de que no núcleo pioneiro, a Velha Marabá, uma das principais e mais antiga centralidade da cidade, não há atualmente nenhum supermercado.

Em sua maioria, as grandes superfícies comerciais que aparecem na Figura 4 eram de grupos locais. O que ocorreu foi uma significativa diminuição dos estabelecimentos de capital local e implantação de grandes plataformas de capital externo (regional, nacional e internacional) em áreas da cidade que não apresentavam, até então, características de espaços centrais ou ainda que se apresentassem enquanto expressões de centralidade, não a exerciam sobre o marabaense. Aqui apresentamos por hipótese ter esses novos espaços, em

Marabá, significativo poder de atração sobre os cidadãos, sendo, portanto, novas expressões de centralidade a partir do comércio, além da cidade apresentar ganho de funções e variedade (de lazer, mercadorias, preços) no terciário com a chegada das novas plataformas de capital externo, e possível diminuição do seu poder econômico local, sobre a própria cidade e sobre a região.

Para além de compreender se, de fato, esses novos espaços se efetivam enquanto novas e significativas expressões de centralidade, outros questionamentos surgem e nos motivam a prosseguir a investigação como, por exemplo, entender mais profundamente que mudanças ocorreram no antigo centro comercial da cidade e em outros espaços de centralidade em Marabá após a instalação desses empreendimentos, e se isso veio a reforçar a característica de ser Marabá uma cidade com multicentralidade, ou se a transforma em uma cidade com multi(poli)centralidade, além de outras inquietações e reflexões explícitas ou não no texto.

## REFERÊNCIAS

ATACADÃO. **História**. 2019. Disponível em: <<https://www.atacado.com.br/historia>>. Acesso em: 19 jun. 2019.

BARBOSA, T. F. G.; BEZERRA, J. E. Uma análise do setor varejista de frutas, legumes e verduras - FLV nos Supermercados Extra em Fortaleza-CE. In: SEMINÁRIO REGIONAL COMÉRCIO, CONSUMO E CULTURA NAS CIDADES, 3., 2017, Sobral. **Anais...** Sobral-CE: Edições UVA, 2017.

BECKER, B. K. **Amazônia**. São Paulo: Ática, 1990.

COUTO, E. M. J. **Redefinições espaciais do comércio em Mossoró – RN**. 2011. 222 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2011.

GRUPO LÍDER. **Quem somos**. 2019. Disponível em: <<http://www.grupolideronline.com.br/grupolider//sessao/quem-somos>>. Acesso em: 19 jun. 2019.

GRUPO MATEUS. **Nossa história**. Disponível em: <<https://web.grupomateus.com.br>>. Acesso em: 19 jun. 2019.

OLIVEIRA JR., G. Espacialidades e temporalidades: expressões de centralidade em cidades médias. **Mercator**, v. 9, n. 19, p. 87-100, maio/ago. 2010.

OLIVEIRA JR., G. Centro e novas expressões de centralidade em cidades médias: as respostas do centro tradicional da redefinição do velho. **Boletim de Geografia**, Maringá, v. 29, n. 1, p. 67-75, 2011.

PELLEGRINI, L. **II commercio in Itália**. Bologna: Il mulino, 2000. 123 p.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. Comércio e serviços: a centralidade urbana na cidade média de Juazeiro do Norte. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE O COMÉRCIO E CIDADE: uma relação de origem, 4., 2013, Uberlândia. **Anais eletrônicos...** São Paulo: FAU/USP, 2013. Disponível em: <[http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/4\\_cincci/004-pereira.pdf](http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/4_cincci/004-pereira.pdf)>. Acesso em: 19 jun. 2019.

PINTAUDI, S. M. **Os supermercados na Grande São Paulo**. Contribuição ao estudo da transformação do comércio varejista de gêneros alimentícios nas grandes metrópoles. 1981. 108 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1981.

PNUMA et al. **Perspectivas para o meio ambiente urbano**: GEO Marabá. Belém-PA: PNUMA/UN-HABITAT/IBAM/ISER, 2010. 140 p.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARABÁ (PMM). **Revisão do Plano Diretor Participativo de Marabá, Pará**: relatório de leitura técnica. Marabá: PMM/Diagonal, 2011. 218 p.

SILVA, C. H. C. da. As grandes superfícies comerciais: os hipermercados Carrefour no Brasil. **GEOUSP - Espaço e Tempo**, São Paulo, n. 14, p. 89-106, 2003.

SOUZA, B. A. S. de.; SOUZA, C. G. N. de. O espaço urbano e a produção da cidade: as transformações do espaço comercial do Núcleo Pioneira a partir da introdução do Shopping Center Pátio Marabá, Marabá – PA. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 18., 2016, São Luís. **Anais...** São Luís: AGB, 2016.

SOUZA, M. V. M. de [et al.]. **Centro, centralidade e descentralização em cidades médias**: avaliação da dinâmica das atividades de comércio e serviços em Ituiutaba (MG) e Marabá (PA). Uberlândia: UFU, 2013. (Relatório de pesquisa).

SOUZA, M. V. M. de [et al.]. Análise da centralidade intraurbana em cidade média da Amazônia Oriental brasileira: estudo de caso dos núcleos Marabá Pioneira e Cidade Nova em Marabá-PA. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GEÓGRAFOS, 7., 2014, Vitória. **Anais...** Vitória: AGB, 2014.

SOUZA, M. V. M. de. **O Projeto ALPA e a produção do espaço urbano em Marabá (PA)**: a cidade mercadoria e as desigualdades socioespaciais. 2015. 297 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2015.

SPOSITO, M. E. B. A gestão do território e as diferentes escalas de centralidade urbana. **Revista Território**, ano 3, n. 4, p. 27-37, jan./jun. 1998.

SPOSITO, M. E. B. Centros e centralidades no Brasil. In: FERNANDES, J. A. R.; SPOSITO, M. E. B. (Org.). **A nova vida do velho centro nas cidades portuguesas e brasileiras**. Porto: CEGOT, 2012. p. 45-62.

SPOSITO, M. E. B.; SPOSITO, E. S. Articulação entre múltiplas escalas geográficas: lógicas e estratégias espaciais de empresas. **GEOUSP – Espaço e Tempo**, v. 21, n. 2, p. 462-479, ago. 2017.

TRINDADE JR., S. C. da [et al.]. **Uma cidade média na Amazônia Oriental: a centralidade urbano-regional de Marabá no Sudeste Paraense**. ReCiMe, 2010. (Relatório de Pesquisa).